

УДК 330.3
ББК 65.9(3)
М33

*Печатается по решению редакционно-издательского совета
Южного федерального университета
(протокол № 3 от 23 ноября 2015 г.)*

Рецензенты:

доктор экономических наук, профессор, заслуженный деятель науки РФ,
заведующая кафедрой маркетинга и коммуникаций в бизнесе Южного
федерального университета **Кетова Н. П.**;

доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой экономики
Донского государственного аграрного университет **Андрющенко О. Г.**

Матвеева, Л. Г.

М33 Маркетинговые информационные системы : учебное посо-
бие / Л. Г. Матвеева, А. Ю. Никитаева, О. А. Чернова ; Южный
федеральный университет. – Ростов-на-Дону : Издательство
Южного федерального университета, 2015. – 224 с.

ISBN 978-5-9275-1785-5

В учебном пособии рассмотрены теоретические основы применения информа-
ционных систем и технологий в маркетинговой деятельности с учетом современ-
ных тенденций их развития, раскрыты структура и состав маркетинговой инфор-
мационной системы предприятия, показаны возможности, методы и технологии
информатизации маркетинговых бизнес-процессов хозяйствующего субъекта. По-
сobie носит практико-ориентированный характер и содержит конкретные прави-
ла, методы и средства применения информационных технологий в маркетинге.
Каждая глава содержит контрольные вопросы для повторения материала, а также
список рекомендуемой литературы для изучения.

Предназначено для студентов, бакалавров, магистров, аспирантов и препода-
вателей, а также специалистов, занимающихся формированием и развитием мар-
кетинговых информационных систем на предприятии.

УДК 330.3
ББК 65.9(3)

ISBN 978-5-9275-1785-5

© Южный федеральный университет, 2015
© Матвеева Л. Г., Никитаева А. Ю., Чернова О. А., 2015
© Оформление. Макет. Издательство
Южного федерального университета, 2015

Оглавление

1. Теоретические основы использования информационных технологий в маркетинговой деятельности предприятия	5
1.1. Место и роль информационных технологий в маркетинговой деятельности предприятия	5
1.2. Источники информации для маркетинга	15
1.3. Методы сбора и анализа маркетинговой информации ...	26
1.4. Тенденции развития информационных систем и технологий в маркетинге	34
Вопросы для самоконтроля	43
Рекомендуемая литература к главе 1.....	44
2. Структура и состав маркетинговой информационной системы на предприятии.....	45
2.1. Понятие, виды, классификация и основные характеристики маркетинговых информационных систем.....	45
2.2. Программное обеспечение для обработки и анализа маркетинговой информации.....	56
2.3. Интегрированные маркетинговые информационные системы и коммуникации.....	66
2.4. Корпоративный сайт как инструмент маркетинга	77
Вопросы для самоконтроля	103
Рекомендуемая литература к главе 2.....	103
3. Информатизация маркетинговых бизнес-процессов на предприятии	104
3.1. Современные информационные технологии взаимодействия с клиентами.....	104
3.2. Технологии рекламной деятельности в Интернете. PR-технологии	115

3.3. Электронная торговая площадка как пример модернизации технологий маркетинговой деятельности предприятия	132
Кейс « Проектирование электронной торговой площадки для нефтяной компании»	159
Вопросы для самоконтроля	181
Рекомендуемая литература к главе 3.....	182
4. Проектирование, внедрение и оценка эффективности маркетинговых информационных систем	185
4.1. Управление формированием маркетинговых информационных систем.....	185
4.2. Внедрение, сопровождение и оптимизация маркетинговых информационных систем	195
4.3. Оценка эффективности маркетинговых информационных систем.....	207
Вопросы для самоконтроля	211
Рекомендуемая литература к главе 4.....	212
Приложения	213